Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor:

Precio: $150.00

Editorial:

Año: 2008

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9789708190282

Este libro puede ser considerado un estudio exploratorio sobre la comunicación política en las campañas presidenciales en México, en particular sobre los debates de los candidatos en las elecciones de 1994, del 2000 y del 2006. La habilidad de enmarcar problemas (framing issues) o la manera de presentarlos al público, constituye una de las principales herramientas con las que cuentan las élites políticas. Mediante el proceso de enmarcado (framing process) una fuente de comunicación (llámese líder político, medio, oficina de relaciones públicas o consultoría política) define, construye, da forma discursiva a un tema o controversia política. Todo ello con el propósito de convencer y conseguir el apoyo de la audiencia.

El principal objetivo de este libro es el de analizar los procesos de enmarcado (framing process) de los debates durante las elecciones presidenciales de 1994, 2000 y 2006 en México. Son dos las interrogantes que guían la presente investigación: ¿qué enmarcados del protagonista, del antagonista y de diagnóstico emplearon los candidatos en los debates de 1994, del 2000 y del 2006?, ¿qué tendencias hemos encontrado en los debates de los candidatos en las elecciones de 1994, del 2000 y del 2006? El trabajo está organizado en cinco capítulos. En el primero, se estudia el marco teórico-metodológico empleado en el análisis de los debates de los candidatos presidenciales. El segundo aborda el debate de 1994. En el tercero se analizan los debates del 2000. En el cuarto se abordan los debates del 2006. En el quinto se presentan las consideraciones finales.

Teléfonos: 55 44 73 40 y 55 44 72 91

www.libreriabonilla.com.mx